

BIEN VU!

La newsletter de  Clear Channel

Décembre 2019



INSIGHTS

LES FRANÇAIS ET LES FÊTES DE FIN D'ANNÉE

Les Français consommeront en majorité **autant voire plus que l'an dernier** pour les fêtes de Noël*. Avec un **budget minimum de 300 euros pour 53%** d'entre eux, les Français ont l'intention de **dépenser au moins autant que l'an dernier pour leurs achats de Noël**, à 55%. Ces achats porteront essentiellement sur les secteurs du chocolat, de la confiserie, de l'alcool et des autres produits alimentaires, ainsi que des vêtements. L'essentiel de ces achats se fera **en centres commerciaux pour 70%** d'entre eux, tandis que **44% de Français devraient privilégier les commerces de proximité**.

*source : iligo novembre 2019

[En savoir plus](#)

[Voir l'infographie](#)

OFFRE

CLEAR CHANNEL CONFORTE SA PLACE DE RÉGIE PUBLICITAIRE LEADER SUR LES BUS EN RÉGION



Ces dernières semaines, **les agglomérations de Grenoble et de Mulhouse** ont renouvelé leur confiance à Clear Channel pour **l'exploitation publicitaire de leurs réseaux de bus**.

Grenoble

256 bus
768 faces publicitaires
45 lignes régulières
49 communes desservies

[En savoir plus](#)

Mulhouse

108 bus
428 faces publicitaires
23 lignes régulières
39 communes desservies

[En savoir plus](#)

Avec **63% de part de marché au sein des agglomérations de province de plus de 100.000 habitants** et **47 agglomérations couvrant une**

population de 14 millions de Français, Clear Channel s'affirme comme la plus importante **régie publicitaire Bus** en région. Au total, Clear Channel exploite **19 500 faces publicitaires sur 6 800 bus**, permettant aux annonceurs de bénéficier d'une exposition maximale sur une **audience 11+ en région de près de 10,5 millions d'individus***.

*source : Mobimétrie 2019



SMART RETAIL

DES TOTEMS DOOH SERVICIELS
À CRÉTEIL SOLEIL

Et si les totems DOOH devenaient serviciels et interactifs ? C'est l'expérimentation que nous menons depuis peu à **Créteil Soleil**, fleuron du groupe Klepierre qui accueille plus de 21 millions de visiteurs par an. Au total, **9 totems installés dans la toute nouvelle extension du centre** permettront aux shoppers de **se repérer dans les allées**, mais aussi de découvrir les **programmes du cinéma** du centre, les **horaires des transports** à proximité, les **événements en cours** dans le centre...

Objectif : **rendre l'expérience des visiteurs plus intuitive et contextualisée**, en fonction de leurs besoins, tout en suscitant de l'engagement envers les commerces et restaurants du centre. Il suffit de suivre le **marquage au sol « Ici, trouve tout ce qu'il te plaît »** pour accéder à l'un de ces totems. Le visiteur peut ensuite renseigner l'enseigne qu'il recherche afin d'accéder à un **parcours en 3D et au temps de trajet** pour se rendre à destination. À l'aide d'un **flashcode**, il peut également **recevoir le plan sur son smartphone**.



SMART SOCIETY

QUAND LE MOBILIER URBAIN FACILITE
LA SMART SOCIETY

Exploiter les nouvelles technologies et les réseaux pour **améliorer et enrichir le quotidien de la population** et susciter des **interactions sociales**, encourager **l'engagement de chacun dans la société** : tels sont les ingrédients de la Smart Society selon Clear Channel.

Persuadés que **la communication extérieure porte une nouvelle responsabilité sociétale** pour favoriser le mieux vivre-ensemble, nous œuvrons pour contribuer à **l'avènement des villes pratiques, connectées et durables**. C'est ce que Philippe Baudillon, Président International Smart Cities de Clear Channel, s'est attaché à démontrer à l'occasion de la **1ère édition du HUB Cities Forum**, une initiative du think tank Hub Institute, le 3 décembre dernier.

Clear Channel co-construit la société et la ville de demain en mettant notamment son **mobilier urbain** au service de la **modernisation des villes**.

C'est le cas à **Monaco** où nos abris-voyageurs offrent le maillage



technologique nécessaire au **déploiement de la 5G**, mais également de nombreux services numériques au service des usagers et du territoire.

Grâce aux **partenariats noués avec Brut., Beaux Arts ou encore Too Good To Go**, Clear Channel réinvente par ailleurs **l'utilité sociale de la communication extérieure**. Cet engagement en faveur de la Smart Society dépasse nos frontières. En Suède, Clear Channel a récemment fait du bruit avec son opération **Stockholm Underground**, qui a transformé son **réseau DOOH** métro en un véritable **guide de la scène musicale locale**. En octobre et novembre, les écrans de Clear Channel Suède situés dans le métro ont en effet indiqué, en temps réel et de manière localisée, les concerts programmés dans la capitale. Une belle opération pour **dynamiser la vie nocturne de Stockholm**, apporter de nouvelles expériences à ses habitants et favoriser les interactions sociales !

[En savoir plus](#)



Avec **plus de 600 longs-métrages programmés chaque année** dans nos salles de cinéma, comment se démarquer et attirer le public lors de la sortie d'un film ?

La solution : une **campagne DOOH dynamique à l'échelle nationale**. C'est ce qu'a imaginé l'agence **Biborg**, en partenariat avec **Allociné**, pour le compte d'Universal Pictures France et de son film **La Famille Addams**, sorti le 4 décembre.

Du 4 au 14 décembre, nos écrans DOOH dans les malls ont diffusé cette campagne d'un nouveau genre.



Elle alliait le **contextuel, la programmation et l'intégration de données en temps réel** pour attirer l'attention des visiteurs des centres commerciaux et créer un **effet « drive to cinéma »**.

Lors de la diffusion de la bande annonce du film, un bandeau affichait la prochaine séance dans le cinéma le plus proche, ainsi qu'un **compte à rebours** pour ne surtout pas la rater !

[En savoir plus](#)

Suivez toute notre actualité sur les réseaux sociaux !



Cet e-mail a été envoyé à {{ contact.EMAIL }}
Vous avez reçu cet email car vous vous êtes inscrit sur CLEAR CHANNEL.

Copyright © 2018 Clear Channel France, All rights reserved.

Conformément aux lois et règlements en vigueur applicables en matière de protection des données personnelles, vous disposez d'un droit d'accès, un droit de rectification, un droit de suppression ou d'effacement, un droit d'opposition, un droit à la limitation du traitement, un droit à la portabilité, un droit de ne pas faire l'objet d'une décision individuelle automatisée (y compris le profilage) sur les données personnelles vous concernant, utilisées par Clear Channel France et ses prestataires. Si vous souhaitez exercer ces droits, vous pouvez adresser un courrier électronique à l'attention de Clear Channel France - Délégué à la protection des données personnelles à l'adresse suivante : mydata@clearchannel.com.

Pour plus d'informations, vous pouvez consulter notre Politique de confidentialité en [cliquant ici](#)
[Se désinscrire](#)

© 2019 CLEAR CHANNEL